

## Málaga



*La Cámara de Comercio de Málaga  
les desea Felices Fiestas y un próspero  
2019*

**2** Riego Verde, S.A., Premio Pyme del Año Málaga 2018.

**4** Fallecen José Serralvo Serralvo y Emilio López Caparrós, vocales del Pleno de la Cámara.

**5** Jornada de Impulso al sector minorista en Andalucía.

**6** La Escuela de Negocios de la Cámara celebró su acto de Graduación 2017 / 2018.

**9** Últimas Misiones Comerciales del Plan Internacional de Promoción 2018.  
**11**



## Riego Verde, S.A., Premio Pyme del Año Málaga 2018

La empresa Riego Verde, S.A. ha recibido el Premio Pyme del Año de Málaga 2018. La entrega del galardón se ha celebrado en la Cámara de Comercio de Málaga en un acto en el que se quiso resaltar la trayectoria de esta empresa que le ha permitido alzarse como ganadora, destacándose con tres accésits del jurado a las otras tres finalistas: Axarfruit, S.L., ACF Pinturas Andalucía, S.A. y Distribuidora de Sistemas de Cierre, S.L.

El Premio Pyme del Año de Málaga ha estado convocado por la Cámara de Málaga y el Banco Santander, con la colaboración del diario SUR, para reconocer la labor de las pequeñas y medianas empresas como generadoras de riqueza y creadoras de empleo en el desempeño de su labor cotidiana, premiando en este caso a Riego Verde, S.A., cuya actividad se centra en la distribución de productos y maquinaria para jardinería.

Asimismo, el jurado ha querido galardonar con tres accésits a otras tres pymes finalistas: Axarfruit, S.A., como premio a la "Internacionalización"; ACF Pinturas Andalucía, S.A., como premio a la "Digitalización y la Innovación", y, a Distribuidora de Sistemas de Cierre, S.L., como premio a la "Formación y el Empleo".

El jurado ha resaltado como méritos, el incremento de actividad y mejora de resultados de la empresa; la creación de empleo, prestando especial atención a la calidad del mismo; la internacionalización de la empresa; la introducción de innovaciones y digitalización, y la adopción de medidas de formación para los trabajadores, como méritos principales para conceder estos galardones.

El premio a la empresa ganadora fue entregado por el presidente de la Cámara, Jerónimo Pérez Casero, y por el director de Zona de Empresas de Andalucía Oriental de Banco Santander, Carlos Mendoza Martínez; siendo recogido por el director gerente de Riego Verde, S.A., Julián Lara Ruiz.

Por su parte, el director general de Turismo y Promoción del Ayuntamiento de Málaga, Javier Hernández Rodríguez, hizo entrega del galardón a Axarfruit, S.L., recogiendo Melisa Frenchelli; el representante adjunto a la dirección de Diario SUR, José Vicente Astorga, efectuó la entrega del diploma a ACF Pinturas Andalucía, S.A., siendo recogido por Manuel Espíritusanto Álvarez, y, por último, Jerónimo Pérez Casero, en nombre de Cámara de Comercio de



España, entregó la distinción a Distribuidora de Sistemas de Cierre, S.L., recogiendo Francisco Oña.

Además de las representaciones ya citadas, estuvieron presentes en el acto el delegado territorial de Conocimiento y Empleo de la Junta de Andalucía en Málaga, Mariano Ruiz Araujo, y el director territorial adjunto de Andalucía de Banco Santander, Juan María Torres Jurado, que clausuró el acto.

El premio El Premio Pyme del Año de Málaga fue convocado con vocación de subrayar el papel de las pymes españolas en la generación de bienestar general para el conjunto de la sociedad española. Este proyecto responde al interés de la Cámara de Comercio de

Málaga y el Banco Santander por ayudar al progreso de las empresas y las familias y pretende reconocer y dar visibilidad al esfuerzo diario de los empresarios y su contribución al desarrollo económico y a la creación de empleo. La iniciativa, además, profundiza la colaboración entre Banco Santander, la red de Cámaras de Comercio de España y los medios de comunicación locales.

El Premio Pyme del Año 2018 de Málaga estaba abierto a pequeñas y medianas empresas, de menos de 250 empleados, con una facturación anual inferior a los 50 millones de euros en el ejercicio 2017 y con sede social en la provincia de Málaga.



**Jerónimo Pérez y Carlos Mendoza hicieron entrega del Premio Pyme del Año de Málaga a Riego Verde, S.A., recogiendo el galardón, Julián Lara**



**Javier Hernández, hizo entrega del premio a la "Internacionalización" a Axarfruit, S.I., recogiendo Melisa Frenchelli.**



**José Vicente Astorga, hizo entrega del premio a la "Digitalización y la Innovación" a ACF Pinturas Andalucía, S.A., recogiendo Manuel Espiritusanto.**



**Jerónimo Pérez, en nombre de la Cámara de Comercio de España, hizo entrega del premio la "Formación y el Empleo" a Distribuidora de Sistemas de Cierre, S.L., recogiendo Francisco Oña.**

## Fallecen José Serralvo Serralvo y Emilio López Caparrós, vocales del Pleno de la Cámara



**José Serralvo Serralvo**

La Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de la Provincia de Málaga de Málaga, desde estas páginas, quiere dejar constancia de sus condolencias por los recientes fallecimientos de los miembros de su Pleno, José Serralvo Serralvo y de Emilio López Caparrós, que han tenido lugar en un breve espacio de tiempo.

El pasado día 9 de noviembre, a los 82 años de edad, fallecía José Serralvo Serralvo, que ha sido vocal del Pleno de esta Cámara desde el día 3 de julio de 2002 hasta estos momentos, período en el que ha prestado una estrecha colaboración en diversidad de iniciativas y proyectos, siempre en beneficio de los intereses generales de esta Corporación y, con ello, del tejido empresarial malagueño.

José Serralvo, fundó hace treinta y siete años la Administración de Loterías “Fray Leopoldo”, que ha dado numerosos e importantes premios. Igualmente, desarrolló una intensa labor como presidente de la Asociación de Comerciantes y Empresarios de la Cruz del Humilladero, importante zona comercial de nuestra ciudad, a la que estaba muy vinculado.



**Emilio López Caparrós**

De otra parte, el pasado día 12 de diciembre, a los 58 años, fallecía Emilio López Caparrós, igualmente vocal del Pleno de la Cámara, desde el 18 de mayo de 2006, ostentando también el cargo de presidente de la Comisión cameral de la Empresa Familiar, siendo en estos momentos consejero delegado de la empresa IELCO.

Gran convencido del asociacionismo y sus beneficios, Emilio López, llevaba al frente de la Asociación de Constructores y Promotores de Málaga como presidente desde el año 2015.

Aunque era Ingeniero Industrial de formación, su actividad profesional la centró fundamentalmente en el ámbito de la empresa, participando activamente en diversas entidades, siendo actualmente vicepresidente en la Confederación de Empresarios de Málaga, así como en la Federación Andaluza de Contratistas (FADECO), y miembro de la junta de gobierno del Colegio de Ingenieros Industriales.

La Cámara de Comercio de Málaga, su Comité Ejecutivo, Pleno y personal, quieren expresar su más sentido pésame a las familias de ambos destacados empresarios malagueños.

# Impulso al sector minorista en Andalucía

## La Consejería de Empleo y las Cámaras andaluzas presentan las últimas acciones de promoción hacia el sector comercial

El Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio ha organizado una jornada titulada "Impulso del sector minorista en Andalucía y de sus distintos formatos: Descubre el nuevo comercio andaluz", en colaboración con la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, que se ha desarrollado en el salón de actos del Centro de Arte Contemporáneo de Málaga.

En esta jornada, que estuvo presidida por el Director General de Comercio de la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, Raúl Perales Acedo, el presidente del Consejo Andaluz de Cámaras, Antonio Ponce Fernández, y el presidente de la Cámara de Málaga, Jerónimo Pérez Casero, se dieron a conocer a las empresas del sector minorista los instrumentos disponibles a su alcance que permiten dar impulso al comercio en sus diferentes formatos, aumentar su competitividad, ganar en calidad y tener un mayor acceso a los mercados actuales.

En su intervención, el director general de Comercio, Raúl Perales, destacó la colaboración realizada con el Consejo Andaluz de Cámaras y las demás Cámaras de Andalucía en para impulsar el sector comercial andaluz, trabajando codo con codo en el desarrollo de acciones para mejorar la empleabilidad de los más jóvenes, ayudar a los mercados de abastos a su transformación digital, y ofreciendo herramientas útiles para su promoción a los mercados de abastos de Andalucía. Una serie de actuaciones que, en palabras de Perales, "están demostrando que en el sector comercial andaluz es imprescindible el consenso y la colaboración, si queremos avanzar hacia un modelo competitivo, sostenible y cercano, capaz de generar empleo de calidad".

De otra parte, Antonio Ponce, presidente del Consejo Andaluz de Cámaras, puso de relieve que todas estas actuaciones desarrolladas para aumentar la competitividad de nuestro sector comercial han mostrado que la red cameral andaluza, con su Consejo regional al frente, es el instrumento perfecto, por su capilaridad y su experiencia, para ayudar a este sector a renovarse, formarse y digitalizarse para poder competir y generar el empleo, la riqueza y la diversidad que Andalucía necesita.

Y de este modo, explicó que en el transcurso de la jornada, se han ofrecido los resultados obtenidos en el último año del Proyecto "Digitaliza tu Mercado", donde han participado en esta primera edición 13 mercados de abastos de todas las provincias andaluzas, que han asumido el reto de la transformación digital de esta forma tradicional de venta. En el marco del proyecto se han realizado 400 diagnósticos de madurez digital en los distintos mercados visitados, 13 planes de actuación, 13 jornadas de sensibilización en materia TIC destinadas a los comerciantes de estos mercados, así como la elaboración de una página web personalizada por cada uno de los mercados participantes en el proyecto, así como la creación de los perfiles en redes sociales de cada mercado.



**Antonio Ponce, Raúl Perales, Jerónimo Pérez y Mariano Ruiz, durante la presentación de la jornada.**

En el caso del "Programa de apoyo al comercio ambulante en Andalucía" se ha realizado píldoras informativas y webinars sobre temas de actualidad y talleres formativos presenciales para acercar las TICs a los ambulantes, además de elaborar una guía de buenas prácticas del sector, y para dar mayor visibilidad a su trabajo itinerante, una app, denominada "Mercadillos del sur", que geolocaliza con información actualizada todos los mercados ambulantes que diariamente se instalan en nuestra comunidad.

El futuro de nuestro comercio queda asimismo garantizado con las nuevas generaciones que a través del "Plan Comercio Joven ECOM", con más de 400 jóvenes formados, en las 8 provincias, con un 61% de mujeres participantes menores de 30 años, están ya listos para ponerse al frente de la actividad comercial.

Por último, el presidente de la Cámara de Málaga, resaltó la importancia de este tipo de proyectos para toda Andalucía, ya que así se está "apostando por el fomento y el impulso de un sector que realmente lo necesita desde hace tiempo", incidiendo en que "el comercio todavía viene sufriendo las consecuencias de la crisis y necesita de todos los cuidados y apoyos que le podamos ofrecer, por ser un importantísimo elemento estratégico para la dinamización de la economía en general", resaltando "la importancia de las pequeñas y medianas empresas y autónomos, puesto que suponen el grueso del tejido empresarial y son vitales para la creación de empleo y riqueza."

# LA ESCUELA DE NEGOCIOS DE LA CÁMARA CELEBRÓ SU ACTO DE GRADUACIÓN



## Entrega de diplomas a la promoción 2017-2018

La Cámara de Comercio de Málaga ha celebrado el acto de graduación y entrega de diplomas de los masters y cursos impartidos en su Escuela de Negocios correspondiente a la promoción 2017/2018.

Durante el pasado curso han sido más de ciento cincuenta alumnos los que han participado en alguna de las especialidades relativas a las ediciones del Máster en Administración de Empresas (MBA), Máster en Internacionalización de Empresas (MIE), Máster en Ingeniería de Redes Móviles (MIRM), cursos de Experto en Marketing Online y Redes Sociales, Experto en Comercio Internacional, Programa de Alta Dirección en Operaciones Internacionales, e idiomas.

En esta ocasión, el acto tuvo lugar en el patio del Palacio de Villalcázar, sede principal de la Cámara, siendo presentado por el secretario general de la misma, José María Gómez Pretel, quien estuvo acompañado por los directores académicos Jesús López y David Carnicer.

Durante la entrega de diplomas intervinieron, además de los correspondientes directores académicos, un alumno representante por cada programa formativo, y, como broche final, se realizó la entrega de las menciones de honor a los alumnos destacados por su trayectoria y compromiso con los valores de la Escuela de Negocios.



# ACTO DE GRADUACIÓN 2017 - 2018

La oferta académica de la Escuela de Negocios de la Cámara cuenta con profesores de primer nivel, provenientes de las mejores escuelas de negocio y universidades españolas e internacionales, y que cuentan con una gran experiencia en el mundo de las empresas y de la enseñanza.

Estos estudios de postgrado que imparte la Escuela de Negocios Cámara Málaga, tienen como objetivo principal formar a titulados universitarios en conocimientos técnicos y competencias que les permitan convertirse en profesionales expertos en diferentes especialidades. [www.escueladenegociosmalaga.com](http://www.escueladenegociosmalaga.com)



**Alumnos del Máster en Dirección y Administración de Empresas (MBA).**



**Alumnos del Máster en Internacionalización de Empresas.**



**Alumnos del Curso de Experto en Comercio Internacional.**



**Los alumnos celebraron la finalización de estos cursos de posgrado de la Escuela de Negocios de la Cámara.**

# “INNOVACIÓN, CAMBIO ESTRUCTURAL Y DESARROLLO”

## Conferencia del profesor Pier-Paolo Saviotti

Organizada por la Cámara con el Máster de Cooperación y Desarrollo de la Facultad de Ciencias Económicas



Coincidiendo con la inauguración del Máster, tuvo lugar días pasados la conferencia del profesor Saviotti, de la Universidad de Pisa e investigador del CNRS francés. El conferenciante destacó los componentes no estrictamente económicos del crecimiento, que favorecen el desarrollo de los territorios, como cambios en las infraestructuras del transporte, en la sanidad y la educación. Y también cambios en los propios procesos de producción, que alteran industrias tradicionales como el automóvil, o el propio turismo, con las tecnologías de la comunicación e información.

Los cambios y apertura del comercio hace que se gane en eficiencia, combinando materias primas y productos “semi elaborados” con conocimientos nuevos y capital humano. Hay cambios en las instituciones internacionales, y en Europa hemos vivido una profunda transformación con el Euro y el Banco Central Europeo. Y también se da un cambio de actitud hacia la forma de producir, y el impacto sobre el medio ambiente, lo que está transformando ya a sectores completos de la economía.

Llama la atención Paolo Saviotti sobre la variedad creciente de la producción, y adelanta algo que es el centro de su conferencia: cómo los países y regiones más diversificados productivamente, van a ser los que superen con más facilidad las crisis, y destaquen en productividad, crecimiento y renta. A partir de aquí, la forma de enfocar el desempleo es anticipar cambios en la demanda de mano de obra, reentrenándola hacia las nuevas ocupaciones; pero para ello la economía debe disponer de alternativas de producción y mano de obra cualificada y con capacidad para continuar siéndolo. Coincide así con lo que nos decía el premio Nobel Jean

Tirole en una conferencia reciente en Málaga, de que “hay que proteger al trabajador, pero no es posible proteger continuamente el empleo”.

La dinámica de la competencia se establece dentro de un sector y entre sectores, como cuando compañías puramente tecnológicas Uber, Abnn, Amazon, irrumpen en negocios tradicionales de transporte, hostelería, o distribución minorista, afectando a otros como es el de correos y mensajería. La capacidad de alcanzar una región o país a los más avanzados, está en desarrollar una infraestructura de investigación y desarrollo, tanto para sus sectores tradicionales, como para los nuevos. Los ejemplos que se dieron en la conferencia fueron muy ilustrativos, desde épocas pasadas en las que se vio la transformación del sector textil o del automóvil, hasta la actual. Pero no se trata sólo de mirar dentro de los sectores, sino que Saviotti distingue entre actividades que denomina “relacionadas”, que como ocurre con la tecnología de comunicación e información, sirven para sectores muy diversos, y lo mismo se aplican para fabricar coches inteligentes, que para explotar bases de datos con finalidad de marketing.

Y actividades “no relacionadas”, como la extracción de productos naturales, o la agricultura y pesca tradicional, el propio turismo o la construcción, e incluso industrias que ensamblan, pero no crean. Estas producciones son frágiles frente a una caída de la demanda; puede haber países que sean grandes productores, pero no desarrollen esos intangibles que son el fundamento del crecimiento cualitativo, el cambio, la eficiencia y creatividad, y que permite ser más versátiles en la creación de empleo. Corea del Sur, por ejemplo, es uno de los países que no sólo es un gran fabricante industrial, sino de los que más dedican a investigación y desarrollo, alrededor del 4,5 por ciento del PIB; y es conocido el esfuerzo de China no sólo por producir y competir en precios, sino en desarrollar tecnologías de vanguardia.

La Cámara de Comercio de Málaga tuvo ocasión de participar en este evento en el que estuvieron presentes autoridades académicas, y donde el director del Máster, profesor Salvador Pérez Moreno, realizó un homenaje al profesor Antonio García Lizana, que ha sido director del mismo hasta su jubilación. De la calidad del Máster es buena muestra que tenga ya veinticinco años, y sea de los primeros en España sobre este tema, de tanta relevancia para la actividad empresarial como es el desarrollo económico en su vertiente de internacionalización.



# PLAN INTERNACIONAL DE PROMOCIÓN

## Buenas expectativas de las empresas participantes en la misión a Colombia y Perú

Tras una intensa semana de contactos y visitas finalizó la Misión Comercial a Colombia y Perú, desarrollada el pasado mes de octubre, organizada por la Cámara de Comercio de Málaga dentro de su Plan Internacional de Promoción con financiación de Fondos FEDER, y cuyos resultados, según las firmas participantes, han resultado muy fructíferos, además de ayudar a iniciarse en la internacionalización.

Concretamente, las empresas participantes han sido: Bettergy, S.L.; Sanamar Alimentación, S.L.; Paraty Hoteles, S.L.; Aaganova, S.L.; Ediciones Day, S.L.; Dvino Export, S.L.; Vértice Formación y Empleo, S.L., y José Carlos Acquaroni Rodríguez, que han manifestado sus buenas expectativas ante los contactos mantenidos y las perspectivas de negocio.

A continuación, transcribimos algunos de los comentarios de las empresas participantes:

“En esta ocasión, lo que se planteaba como una primera visita de prospección a Perú y Colombia ha dado como resultado la detección de múltiples oportunidades de negocio. Una vez más hemos podido comprobar que las misiones comerciales que organiza la Cámara de Málaga son de grandísima utilidad para empresas como Dvino Export.” Afonso Bazaga.

“Bettergy aprovecha el viaje para entrevistarse con las principales eléctricas del país para a través de su plataforma de gestión de datos energéticos, Energy Sequence, ayudarlas en la recogida de datos a través de los smart meters, y que estas empresas puedan ofrecer servicios de valor añadido en el campo de servicios energéticos.” Antonio Ruiz.

“La Misión Comercial multisectorial que ofrece la Cámara de Málaga es una oportunidad única para visitar dos países con buen ritmo económico como Perú y



Colombia, que ofrecen buenas oportunidades de negocio.” Hugo Quiroga, de Ediciones Daly.

“Vértice ha presentado en Perú y Colombia sus soluciones e-learning para instituciones educativas y grandes empresas, con el objetivo de facilitarles el acceso a una formación online de verdadera calidad.” Diego Sánchez.

“Las agendas hechas por las Cámaras de Comercio Española en Perú y la Cámara de Comercio Hispano Colombiana han sido de gran nivel. Han entendido a la perfección lo que necesitaba y han cubierto mis expectativas al 100% en ambos mercados muy interesantes, en los que el turismo evoluciona y los servicios que ofrece Paraty Tech a hoteles encaja a la perfección.” David Madrigal.

“Las agendas en Perú y Colombia han sido fantásticas, haremos grandes negocios”, comentaba José Carlos Acquaroni, de Inmobiliaria Acqua-Malova.

## Promoción turística malagueña en Suecia y Noruega

Organizada por la Cámara de Comercio de Málaga, entre el 21 al 26 de octubre, tuvo lugar una misión comercial a los países nórdicos de Suecia y Noruega, compuesta por empresas pymes del sector turístico de la provincia de Málaga. Concretamente, las ciudades visitadas fueron Estocolmo y Oslo, donde se encuentran las sedes de las principales agencias emisoras de turismo a nuestra provincia.

En esta acción promocional del Plan Internacional de Promoción (PIP) que cuenta con la cofinanciación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), han participando las siguientes empresas: establecimientos hoteleros Melilá Costa del Sol, Hotel Villa Flamenca, B Bou Hotels y Hotel PYR Marbella; Agencias especializadas en organización y manejo de grupos en destino (DMC) Myoko, RTA Spanish Event

& Incentive Organisers, la empresa de apartamentos y viviendas turísticas Holidays 2 Malaga y la empresa tecnológica para el sector hotelero Paraty Tech.

Según los últimos datos de Turespaña, el perfil del viajero sueco es el de un viajero experimentado y con un alto índice de fidelidad a los destinos escogidos y que considera las vacaciones como un bien necesario, más que como un producto de lujo.

En cuanto al noruego, el gasto medio por persona fue de 1.234 euros, el tercero más alto (en el ámbito europeo), solo por detrás de Rusia y Finlandia. Este elevado importe del gasto del turista noruego podría deberse al hecho de que Noruega cuenta con una de las rentas por habitante más elevadas del mundo, unido a una prolongada estancia media: 9,3 noches, la tercera más larga, solo por detrás de Finlandia y Rusia.

# PLAN INTERNACIONAL DE PROMOCIÓN

## Éxito de la Misión Comercial a Japón y Corea del Sur



Una misión comercial compuesta por cinco empresas de la provincia de Málaga ha efectuado una gira por los países asiáticos de Japón y Corea del Sur, organizada por la Cámara Oficial de Comercio de Málaga, dentro de su Plan Internacional de Promoción que cuenta con financiación de fondos FEDER.

En esta acción, que estaba encabezada por la presidenta de la Comisión de Comercio Exterior de la Cámara, María Paz Hurtado, han participado las empresas: DVino Export (agroalimentario y turismo gastronómico), HUTESA (Agroalimentario), Procesados en ORT (Agroalimentario), Vid Distribuciones y Vid Investments (sector ocio y recreativo).

De esta forma, la Cámara de Comercio de Málaga viene apostando por la realización de acciones de promoción en mercados donde las empresas tienen más dificultad de acceder solas, bien por ser mercados complejos, distantes geográficamente o culturalmente. Es el caso de estos dos mercados a los cuales pueden acceder pymes malagueñas dado que en el tejido empresarial de la provincia hay empresas con productos y servicios de excelente calidad, y que están preparadas para ello.

Las empresas malagueñas, después de un amplio programa de encuentros de trabajo, han podido concretar o establecer las bases para una serie de posibles acuerdos comerciales con empresas locales de estos países asiáticos, lo que han calificado como muy positivo.

Concretamente, destacamos los comentarios que nos han remitido las citadas empresas en este sentido:

“Una Misión Comercial muy productiva ya que gracias a la Cámara de Comercio de Málaga nuestras expectativas comerciales se han sobrepasado con creces. Nuestro producto ha calado entre clientes de gran magnitud y, pese a las peculiaridades del mercado japonés nos vamos con pedidos en firme, siendo esta la

primera vez que estamos en este mercado”. Ángel Pablo Cabeza Reche, Procesados en Ort, SL.

“Mercado gigante para empresas que demuestren compromiso y seriedad” David Fernández Rodríguez, Vid Distribuciones, SL.

“Esta Misión Comercial ha sido una gran oportunidad para consolidar proyectos en los que venimos trabajando hace años” Pilar Mancilla Pineda, Vid Investments 2016, SL.

“Aunque conocíamos el mercado y teníamos experiencia previa en ferias y misiones comerciales, en este viaje hemos conseguido nuevos contactos muy valiosos” Gabriel García Luengos, Divino Export, SL.

En el ámbito institucional, los integrantes de esta misión comercial han sido recibidos por el Embajador de España en Japón, Jorge Toledo, y también se han mantenido reuniones con Cámaras de Comercio Españolas, locales y organismos de apoyo a la Internacionalización de las empresas españolas, las cuales han sido muy interesantes para el tejido empresarial malagueño y se ha recabado información detallada de las oportunidades de negocio e inversión en Corea y Japón especialmente en los sectores más importantes para nuestra provincia como el turismo, construcción y agroalimentario.

Igualmente, se han recogido varias propuestas de colaboración para su estudio. La Cámara de Málaga como miembro del Grupo de Estrategia Internacional Conjunta que agrupa a las instituciones y entidades más destacadas de nuestra provincia, ha ofrecido una amplia visión del tejido empresarial malagueño.

Las empresas participantes cuentan con agendas de reuniones en estos dos países para presentar sus productos y servicios a las empresas locales e incrementar su volumen de negocio en estos mercados, así como llevar a cabo una prospección del mercado de primera mano.

# PLAN INTERNACIONAL DE PROMOCIÓN

## Una misión turística de la Cámara hace promoción en Canadá

Entre los días 10 al 16 de noviembre, organizada por la Cámara de Comercio de Málaga, se ha desarrollado una Misión Comercial a Canadá, concretamente a las ciudades de Toronto, Montreal y Quebec, compuesta por empresas pymes del sector turístico de la provincia de Málaga.

Se da la circunstancia que es la primera ocasión en la que la Cámara organiza una acción promocional dirigida al sector turístico en este mercado, pero el interés de las empresas malagueñas por el mismo, y el crecimiento del mercado canadiense en nuestra provincia, han llevado al Área de Turismo a incluir una acción a este interesante país.

Esta acción está enmarcada dentro del Plan Internacional de Promoción (PIP) que cuenta con la cofinanciación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

Las cinco empresas que han participado en esta ocasión son las siguientes: Viajes Euroamérica, Myoko DMC, Hotel Villa Flamenca, Hotel Meliá Costa del Sol, y Maravillas Programas Internacionales.

Para la elaboración de las agendas de las empresas con los contactos locales se ha contado con la colaboración de una consultora privada, que ha elaborado las reuniones de las empresas en las ciudades de Toronto, Montreal y Quebec, produciéndose entre tres y cuatro sesiones entre las empresas malagueñas y las agencias de viajes y touroperadores canadienses, siendo positiva la impresión de las empresas y poniendo en valor el interés que el destino Málaga-Costa del Sol supone para estas empresas emisoras de turistas canadienses.

Aprovechando la visita a Toronto, la Cámara de Comercio, junto con las empresas malagueñas han visitado a la directora de la OET de España en Toronto, Laura Pena, que realizó una presentación a los empresarios sobre el mercado de Canadá y ha explicado el interés de España por este mercado.

Es importante destacar que teniendo Canadá en el 2017 una población de 38 millones de habitantes, se produjeron 33 millones de viajes al extranjero de canadienses en el 2017, de los cuales el 61,1% lo hicieron a EEUU, mientras que el 38,9% viajaron a otros destinos.

Canadá destaca por tratarse de un mercado con mucho potencial: España está dentro de los cinco primeros destinos de los turistas canadienses en Europa,



y desde el 2016 hasta el 2018 se ha duplicado el número de turistas canadiense en España, llegando actualmente casi a 500.000.

En relación a la conectividad, trabajan actualmente con España dos compañías aéreas canadienses, Air Canadá y Air Transat, y próximamente también empezará a operar Westjet. Aunque a nivel nacional la conectividad mejora, ya que las compañías aéreas aumentan las frecuencias de los vuelos, algunas tienen vuelo durante todo el año, y llegan nuevas compañías a operar, es necesario seguir trabajando y tratar de que algún vuelo llegue directamente desde Toronto al aeropuerto de Málaga, ya que actualmente la conexión que existe es Montreal-Málaga.

El mercado canadiense es especialmente interesante porque viaja a España principalmente en los meses de temporada baja, con los que ayuda a afrontar los meses con menos ocupación, y contribuye a la desestacionalización del destino. Otro elemento de suma importancia es la estancia media de los canadienses que supera con creces los de muchos otros mercados, llegando a 8 noches de media.





## Las empresas malagueñas ante el Brexit

La incertidumbre generada con la previsible salida del Reino Unido de la Unión Europea ha provocado que bastantes empresas, sobre todo grandes corporaciones y multinacionales, se hayan preocupado de elaborar planes de contingencias y ejecutar los primeros pasos para reconducir y mitigar en lo posible los efectos sobre sus estrategias comerciales, todo ello, por supuesto, en función de los posibles escenarios que resulten de esta separación.

Durante las negociaciones llevadas a cabo estos mismos días, que han dado lugar al acuerdo alcanzado el pasado día 14 de noviembre, pendiente de ratificar por parte del Parlamento británico, el Consejo Europeo y el Parlamento Europeo, ofreciendo un camino y salida ordenada para esta ruptura, hemos podido comprobar que el marco final está lejos de ser todavía nítido y claro, pero, en cualquier caso, es totalmente cierto que el Reino Unido ha sido, es aún, y será, un socio estratégicamente importante para la Unión Europea y, particularmente para España y para nuestra provincia.

Por ello, no está demás, que nos hagamos realmente a la idea, de que se van a establecer nuevas relaciones de todo tipo con el Reino Unido, incluidas las relaciones comerciales y, por tanto, nuestras empresas han de ser muy conscientes de este cambio de escenario y de las repercusiones que ello va a conllevar, analizando estas perspectivas para poder tomar las mejores decisiones posibles.

No obstante, no hay que ser pesimistas, todo lo contrario. El Reino Unido que hasta ahora ha sido uno de los mercados más importantes para nuestras exportaciones, nuestras inversiones y nuestra industria turística, deberá seguir siendo objetivo prioritario para las empresas malagueñas, por lo que hemos de continuar trabajando por mantener las mejores relaciones posibles y que el Brexit no suponga un obstáculo insalvable y definitivo, de ahí, insisto, que nuestras empresas y sobre todo, nuestras pymes, han de estar atentas y prepararse para dar respuesta a las nuevas oportunidades que se presenten.

En este sentido, quisiera destacar la importante campaña que se está realizando por parte de la Secretaría de Estado de Comercio, la Cámara de Comercio de España, la CEOE, el Instituto de Comercio Exterior, con la colaboración de las Cámaras de Comercio territoriales, entre ellas la de Málaga, para informar a las pequeñas y medianas empresas sobre las consecuencias del Brexit y la necesidad de disponer de esos planes alternativos que antes mencionábamos.

Pero, también cabe la posibilidad que, tras agotar el plazo de salida no se logre concretar y aplicar el acuerdo definitivo, por lo que ese nuevo panorama tendrá unas repercusiones distintas en los ámbitos de las relaciones económicas y comerciales, de ahí, que nuestras empresas deban estar pertrechadas para hacerle frente.

El Brexit nos influirá de una u otra forma a todos, pero, afectará más a aquellas empresas con estrategias internacionalizadas basadas estrechamente en el mercado británico, resintiéndose por una probable disminución de la competitividad exportadora, ya que una previsible caída de la libra supondrá una mejora para los importadores y un encarecimiento de las exportaciones españolas.

Hemos de tener presente que cualquier medida que vaya en contra de la liberalización del tráfico de mercancías, teóricamente, supone una restricción al valor del intercambio, ya que la imposición de barreras de cualquier tipo, arancelarias, técnicas, cupos, etc., podrían tener un efecto negativo en las transacciones entre países.

Para nuestra provincia, el Reino Unido, además de ser el primer emisor de turistas a nivel internacional, ha sido tradicionalmente uno de los mercados más importantes para el comercio exterior, manteniéndose siempre entre los primeros puestos del ranking, tanto de exportaciones, como de importaciones, alcanzando una cifra total de negocio en el pasado año 2017, de 232.245.140 euros.

Las exportaciones en 2017 ocuparon el sexto puesto en el ranking provincial, con un valor total de 89.684.420 euros, aunque, hay que indicar, que esta cifra queda lejos de los países de cabeza, como Francia e Italia, donde nuestras exportaciones reflejaron cifras de más 380 millones y más de 335 millones, respectivamente. Por el contrario, las importaciones desde Reino Unido a Málaga arrojaron 142.560.720 euros, lo que provocó un saldo negativo de 52.876.300 euros.

Además, con una posible depreciación de la libra, cabría suponer una reducción del poder adquisitivo del turista británico y, por tanto, afectar al flujo en el volumen de visitantes desde este destino hacia nuestra Costa del Sol, influyendo negativamente en previsiones futuras, por lo que necesitaremos hacer un esfuerzo considerable para contrarrestar esta tendencia y que nuestro principal motor económico, el turismo, no se resienta.

Aunque de forma específica no podamos prever la incidencia exacta sobre qué productos notarían más los efectos del Brexit, sí podemos suponer, que el sector agroalimentario, los productos industriales y tecnológicos, los bienes de consumo y las bebidas, por ser los de mayor peso actual y primeros en el ranking de las exportaciones desde Málaga, serían los que mayor repercusión podrían experimentar.

Para terminar, quisiera resaltar el hecho de que el avance que ha experimentado Europa y, más concretamente la Unión Europea gracias a la integración comunitaria durante las últimas décadas ha beneficiado enormemente a los ciudadanos y a las empresas europeas, impulsando de forma decidida las reformas y las políticas aplicadas en aras de un progreso económico y social sostenible.

Ante estas razones, y dos años más por delante de negociaciones con un alto grado de incertidumbre política y económica, creo necesario seguir insistiendo desde todos los foros para que se continúe pidiendo reflexión y sopesando las consecuencias de esta medida por todas las partes, sobre todo la británica, en cuanto a si verdaderamente consideran que es la mejor opción o todavía se está a tiempo de revertir la situación.

En cualquier caso, para nosotros, las empresas, sobre todo las pequeñas y medianas, toca prepararnos para asumir un nuevo contexto económico y social con relación a Reino Unido, pero, sobre todo, continuar esforzándonos en apoyar y trabajar en favor de la construcción de una Europa fuerte y competitiva.

**JERÓNIMO PÉREZ CASERO**

**Presidente de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de la Provincia de Málaga**

*Artículo publicado en el suplemento "Málaga Empresarial" de Diario MÁLAGA HOY - 12/12/2018.*